

# 逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：越夜越美麗—談台中市七期重劃區地景

作者：廖美娟

系級：都市計畫研究所二年級

學號：M9406899

開課老師：劉立偉

課程名稱：都市設計專論

開課系所：都市計畫研究所一年級

開課學年：九十五學年度第一學期

## 目錄

---

壹、動機與目的	1
貳、最佳女主角換人做做看	2
一、文化地景簡介	2
二、前輩—拉斯維加斯	2
三、台中市七期重劃區	3
參、發展過程與背景	4
一、歷史演變	4
二、拼貼地景	5
三、廣告招牌機能效益	5
肆、結論	5



## 越夜越美麗——談台中市七期重劃區地景

### 壹、動機與目的

觀光局公佈的「2005年來台旅客消費及動向調查」，吸引外國旅客來台觀光的因素，依序為：美食佳餚、風光景色、台灣民情風俗和文化、歷史文物、物品價格等前五名。尤其吸引日本、香港、澳門、韓國旅客等來台觀光的主因，更是以「美食佳餚」為主；吸引美國、新加坡、馬來西亞、歐洲旅客是「風光景色」；吸引紐西蘭、澳洲旅客主因是「台灣民情風俗和文化」（天下 Cheers73, 2006）。這是個有趣的調查，“台灣的民情風俗和文化”是名列前三名，而地方的風俗與文化廣泛地展現在我們日常生活中的一切，試想，都市行銷者其行銷的商品當然包含上述之觀光局對外國人來台觀光因素，而對於空間規劃者可掌握的，風光景色環境規劃與保育、歷史古蹟保存，而對於文化風俗民情部分，似乎我們也可以掌握其中一部分。

回頭看台中市在於其城鄉風貌總體改造計畫與都市行銷策略，台中市是被定位為國際新都，而發展「優質文化新都」與「綠色生活首都」，審視其規劃書之內文，對於該區之機能為新市政中心區，對於該區資源描述為：「新市政商圈、新光三越百貨公司、文心路玉市、TIGER CITY百貨公司、朝馬轉運站以及新市政中心等項目」，但於整體環境上似乎少了一些東西，該地區如雨後春筍出現的精品汽車旅館，以及各家豪華酒店，其建築格調所展現的風貌也實難以令人不得不側目相看，這些產業所帶來的經濟效益與其休閒娛樂效果，但也不可否認地其也可能隱含著色情、暴力與犯罪之情況。

從時間的角度來看，歷史名伎故事廣為流傳，想見這種“娛樂事業”由來已久，雖然一直以來我們將其視為洪水猛獸，道德淪喪；而從空間角度來看，世界上有名的賭場及娛樂中心——拉斯維加斯，甚至荷蘭有其色情特區作為觀光賣點，台灣不鼓勵色情文化卻隱含著其本質的社會風俗，何不換個角度來看待該現象？本文之寫作並非倡導此些酒店或汽車旅館之情色部分，僅以此些酒店與汽車旅館其所展現的風貌，與其在建築風格之營造對於該區都市景觀之影響，或許可以藉此思量台灣此次文化是否發展觀光之可能性，和其建築風格之下所隱含的文化價值觀。

## 貳、最佳女主角換人做做看

### 一、文化地景(Cultural landscape)簡介

在地景與空間研究領域中，文化研究代表一個對環境變遷的新觀察角度與研究方法，Paul Groth 認為九〇年代的文化地景研究呈現出幾項基本的教義，其中包括：(1)以「日常地景(Ordinary Landscape)」為主要的研究對象；(2)文化地景的研究題材跨越了城市與鄉村，以及空間的生產與消費；(3)相對於單一的意義與認同，新的研究開始重視多重、並存，甚至相互競爭得陳述(引自侯志仁，2003，世界遺產)。台灣之文化地景理論與落實基準和現在階段仍是以歷史古蹟或自然景觀為主軸，對於現在進行活動行為所發展的景觀較少去談論，就如以文化資產保存法，所關注的也是古蹟、自然文化景觀與歷史建築，而就本文所探討的主角，或許也沒有“保存”的價值，但卻實實在在影響我都市景觀風格，其為應該注意之處。

### 二、前輩—拉斯維加斯(Las Vegas)

美國內華達州的南方一直是一個充滿極端的地方，在廣大的沙漠裏存在一個人工造成的傳奇—拉斯維加斯—為內華達州最大的城市，也是世界上最有名的賭場及娛樂中心，其在賭場地帶 The Strip 上有高級的旅館賭場和秀場，拉斯維加斯在經歷過 70 年代後期大西洋城賭博合法化和一九八〇年代初期的全國不景氣的衝擊後找到了一個屬於這個城市的生存環境，讓這個城市再次成為全美國及世界各地的觀光度假的勝地。



圖一、拉斯維加斯自由女神



圖二、拉斯維加斯人面獅身



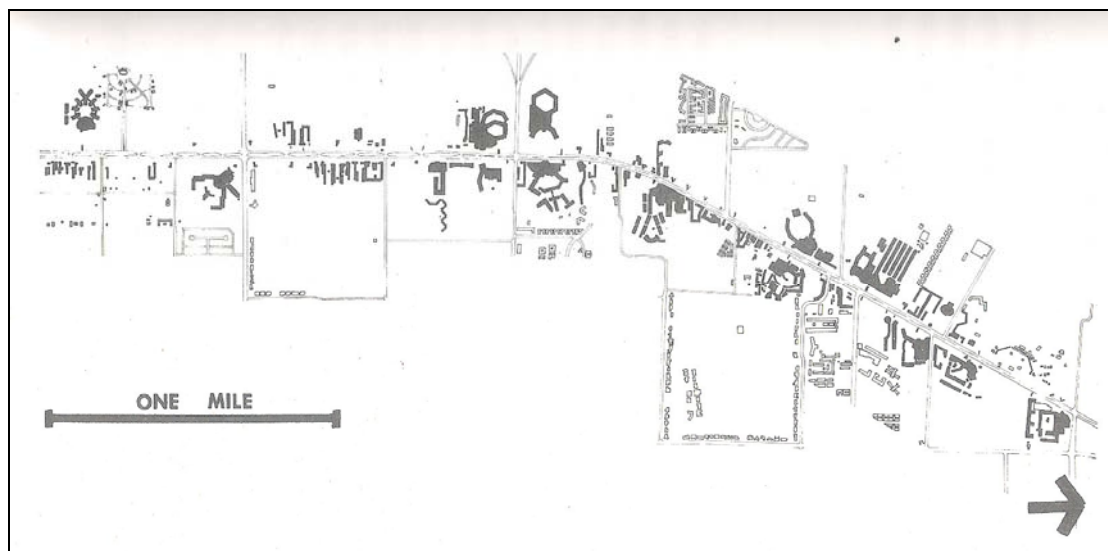
圖三、拉斯維加斯艾菲爾鐵塔

◎白天拉斯維加斯退去閃爍的霓虹燈之後，仍可看到令人驚艷的建築物，本來位於紐約曼哈頓島上的自由女神，法國巴黎愛菲爾鐵塔、人面獅身…各國著名建築皆出現在拉斯威加斯，為什麼要將各國建物拼貼放置於此一區域，其背後用意為何？各建築風貌成為是符號，如此應用符號是創造萬國一家地球村意象？還是一個有如迪士尼樂園歡樂的景象。

◎夜晚的來臨，各店家欲招攬生意，發展出各式各樣爭奇鬥艷的招牌，誇張的招牌樣式似乎也己成為發斯維加斯的特色。



圖四、拉斯維加斯廣告招牌



圖五、拉斯維加斯帶狀區地圖—都市發展呈現帶狀，考量車輛駕駛人行車速度，對於視覺吸引程度不同，進而引發各種不同尺度的廣告招牌形式。

### 三、台中市七期重劃區

#### 1. 重劃前概況

本區與第三、四、五期市地重劃相鄰，原為農業區經變更為新都市中心，舊有市區道路狹窄，農舍零散。

#### 2. 重劃後效益

- (1). 重劃後畸零、細小不適合建築之地，經由合併交換成為方正交通便利之地。
- (2). 交通便利，有利建築房屋及工商投資。
- (3). 土地採大街廓利用，重劃後成為台中市新都心最具發展潛力之地區。

七期重劃區的開發，使其土地變的方正井然有序，道路、公園、綠地、廣場、停車場等公共設施也隨之增加，政府的以公權力進行都市空間與環境景觀之規劃，近年來都市設計審議、社區總體營造、城鄉風貌計畫之推行，對都市地景有系統的控管，公部門政策的推行，往往關注於主流文化之推行，對於仍存在於社會之中次文化<sup>1</sup>所衍伸對都市景觀影響，似乎須要做進一步之探討。

#### 3. 研究範圍空間景觀概況

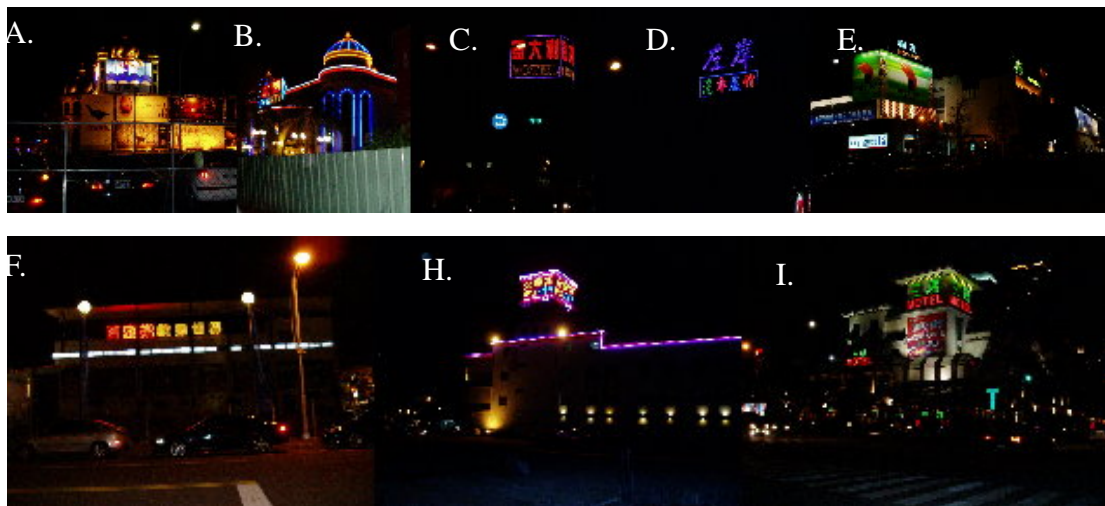
依據「台中市城鄉風貌總體改造計畫」所針對本研究地區所做的環境資源調



圖六、七期重劃區範圍圖

(資料來源：台中市市地重劃成果簡介)

查，其內容有：新市政商圈(新光三越、老虎城、衣蝶百貨公司…等)、新市政中心、朝馬轉運中心，但實際走訪此一區域，出現次數頻繁的 KTV 理容院、酒店以及汽車旅館，在此一區域應該也是扮演著舉無輕重的角色，對於空間規劃者對於這樣的空間，鮮少文獻對此加以探討，或許是應該好好看待此一空間現象。



圖七、七期重劃區夜間建築風貌圖

- A. 中東風格屋頂的金錢豹
- B. 京都理容 KTV
- C. 意大利 MOTEL
- D. 左岸汽車旅館
- E. 汰憂 MOTEL
- F. 電子遊藝場
- G. 金麗都理容 KTV
- H. 三越汽車旅館

僅提供以上所示之圖片，仍未完整紀錄本研究區之八大行業的店家，但從照片以及各家之店名觀察，其店家不論廣告招牌或建築本身除艷麗的霓虹燈裝飾之外，其建築風格採納各國建築特色，例如金錢豹之屋簷採中東皇宮風格；京都理容 KTV 採西方格調，而其中幾家店名更直接取為「京都」、「左岸」、「意大利」，其作用是否與美國拉斯維加斯將各國著名地標建築複製於該地區相同？這樣的都市景觀在於台灣的意義是有其深層之意義，下一部分將嘗試討論此一現象。

## 參、發展過程與背景

### 一、歷史演變

2003 年考古學家在七期重劃區挖掘出惠來遺址文物，但因該地已承租於業者興建成為汽車旅館，使考古學者緊急開挖此一寶貴歷史遺跡所遺留之文物(中央社·中市訊，2003)；由上所陳述久遠的歷史可知，地景隨時代潮流轉變而變

動，面對這如此具有歷史價值之史前遺址，民間業者私人價值與公共利益發生衝突，都市管理者之職責將負責協調溝通，空間規劃者也應對衝突事件想出替代補救辦法，例如：虛擬實境之方式將其空間還原與保存。

## 二、拼貼地景

台灣是個民主自由的地方，對於各樣的觀點、風格形式皆有不同接受與認同，這樣的開放多元價值觀融入於生活空間，風格交錯的建築景觀、大量的臨時建物，正式與非正式空間並存，構成了我們日常的都市景象，不同元素間不相協調，也成為台灣地景的真實特色，七期重劃區有豪華別墅、大廈、號稱全東南亞最華麗酒店金錢豹及各式派氣十足理容 KTV、精緻風雅汽車旅館、流行時尚購物百貨公司，建築物的風格形塑，反映了我們社會價值觀，就以“真實性”之角度來看，其已在在記錄了我們共同空間經驗與價值。

## 三、廣告招牌機能效益

本文提及拉斯維加斯與台中市七期重劃區店家之招牌廣告設計，大尺度的華麗繽紛的閃爍霓虹燈設計，推測其廣告招牌設計因素：1. 為捕捉空間移動者最快時間之目光；2. 建築頂端高掛店名，指引遠方顧客上門，以致各式招牌爭奇鬥艷，而令都市景觀相對地凌亂甚至不相協調，這或許成為都市地景之敗筆，而反觀拉斯維加斯卻因其龐雜之廣告招牌成為人們對該地區之意象，如此的案例或許可以為台灣存來已久的招牌凌亂都市課題帶來另一種想法。

## 肆、 結論

台中市為台灣第三大都市，都市發展定位文化、經濟、國際都市，其必須發展出自我的獨特風格，政府單位積極思考架構台中市特色風貌，面對七期的這樣特殊的都市活動與空間，顯少出現在官方資料上，這裡有東南亞最大酒店、密集 KTV 理容院、電子遊藝娛樂中心與汽車旅館，此外提供完善的購物商圈、便捷的交通區位以及高級住宅，如此特殊的文化地景是否有可能發展出擁有深具台灣風格的都市景觀，吸引國內觀光客甚至是外國觀光客？透過都市行銷策略等手段推展都市觀光與同時增添觀光活動內容之選擇性，或許本文主角隱含著色情暴力犯罪的情事，但其經濟價值由雨後春筍般出現的汽車旅館推測應是相當有所潛力，本文之探究僅對本地區所擁有的獨特現象做一種想法，或許未來都市行銷策略中，此地區之特殊風貌可提供不同口味之選擇。

\*【註解】

次文化<sup>1</sup>：早期應用於弱勢團體，特別是邊緣的文化團體，藉此描述他們不為人知或不受重視的價值、信仰、態度與生活方式，這個觀念慢慢變成針對主流文化，尤其是年輕族群、如低收入、光頭族、龐克族…等，在族群、性別上，與主流產生異端或差異的族群。

\*【參考資料】

一、電子網站

1. <http://www.piecepeace.idv.tw/lasvegas4.htm>
2. <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1305090901486>
3. <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1406010816411>

二、書面

1. 侯志仁，2003，〈文化地景保存—台灣本地之論述建構及與世界遺產體系接軌〉，收於《世界遺產》，台北：行政會文建會。
2. Robert Venturi，Denise Scott Brown，Steven Izenour，賀承軍譯，1997，〈向拉斯維加斯學習〉，台北市，田園城市文化。
3. 台中市政府，2002，〈台中市市地重劃成果簡介〉，台中市，市政府。
4. 廖炳惠，2003，〈關鍵詞 200：文學批評研究的通用詞彙編〉，台北市，麥田。
5. 王小璘，何友峰，2002，〈台中市城鄉風貌總體改造計畫〉，台中市，市政府。
6. 天下 Cheers73，2006。